

ISSN 2182-6552

MULTIMED

REVUE DU RESEAU TRANSMEDITERRANEEN DE RECHERCHE EN COMMUNICATION

EDIÇÕES UNIVERSIDADE FERNANDO PESSOA

MULTIMED Nº.04

ENVIRONNEMENT NUMERIQUE ET FORMATION DES JOURNALISTES EN ALGERIE

CHAOUCHE RAMDANE ZOUBIR¹



Résumé: La présente communication a pour objet l'examen de l'évolution du monde des médias à la lumière de l'intégration et de l'adaptation des technologies de l'information et de la communication et des échanges électroniques (rapidité, instantanéité) ainsi que l'étude de l'introduction des nouvelles et/ou spécifiques compétences ayant trait à la formation des journalistes et à la pratique journalistique induite par le nouveau cadre de liaison numérique dédié aux médias.

Mots clés: Journaliste, Numérique, Formation, Changement, Langue.

Abstract: The present communication has as an aim the examination of the evolution of the world of the media in the light of integration and the adaptation of electronic exchange and communication and information technologies (speed, instantaneity) as well as the study of the introduction of the new and/or specific competences related to the training of the journalists and the journalistic practice induced by the new framework of digital link dedicated to the media.

Keywords: Journalist, Digital, Education, Change, Language.

Resumo: A presente comunicação tem por objetivo o exame da evolução do mundo da mídia à luz da integração e da adaptação das tecnologias da informação e da comunicação às mudanças eletrônicas (rapidez, instantaneidade), bem como o estudo da introdução das notícias e/ou específicas competências relacionadas com a formação de jornalistas e à prática jornalística induzida pelo novo quadro de ligação digital dedicado à mídia.

Palavras-chave: Jornalista, Digital, Formação, Mudança, Língua.

[1] Professeur à la Faculté des Sciences de l'information et de la communication de l'Université d'Alger 3 Dely-
Ibrahim. E-mail: cr.zoubir@hotmail.fr

INTRODUCTION

Nous assistons aujourd'hui, dans le monde des médias, à un développement de modes de production, de réalisation, d'émission, de diffusion et de réception fondés sur le message de l'ordinateur et du téléphone, à une métamorphose par le son et l'image et au passage progressif aux échanges électroniques.

Ainsi, la jonction s'est opérée entre les domaines de l'informatique, des télécommunications et des médias traditionnels. Le micro-ordinateur est devenu l'outil privilégié pour communiquer à l'échelle de la planète via les réseaux électroniques et de télécommunications (réseau numérique à intégration de service, satellite, autoroute électronique, disque optique etc....).

Tous ces changements enregistrés ces vingt dernières années ont eu par ailleurs des conséquences importantes aussi bien au niveau des enseignements destinés à la formation des journalistes et communicateurs qu'au niveau des pratiques journalistiques et de l'exercice d'informer et de communiquer.

1. NOUVEL ENVIRONNEMENT NUMERIQUE (SOCIETE DE L'INFORMATION)

S'agissant des changements technologiques, de l'environnement numérique et de l'émergence de la société de l'information, nous pouvons dire qu'il s'agit bel et bien d'une révolution numérique avec ses nouveaux modes de communication express adossés notamment au son et à l'image. La métamorphose ainsi opérée repose bien sûr sur deux éléments fondamentaux de la transmission de l'information à savoir la rapidité et l'instantanéité.

L'ordinateur portable, le flash disc, le téléphone mobile, les tablettes, les iPhones, les smartphones inondent aujourd'hui le marché et sont devenus des outils indispensables pour le monde du travail en général et plus particulièrement pour le journalisme, l'information, la communication et l'exercice de la profession de journaliste et de communicateur.

Ainsi il se trouve que nous sommes passés du courrier au courriel, du texte au texto, du journal sur papier au journal électronique, du livre imprimé au livre électronique, du disque vinyle, au CD Rom, au MP3, aux mails, à Skype. Cela va du bip au S.M.S (Short Message Service), au MMS (Multimédia Messaging Service), aux jeux électroniques, à la cybercarte (carte virtuelle pour les vœux sur internet). Ces profonds changements nous ont introduit de plein pied dans la société de l'information caractérisée essen-

tiellement par la production, le stockage, la diffusion, la miniaturisation et un spectre très large d'échanges électroniques.

A titre d'illustration nous enregistrons en Algérie plus de 300 millions de SMS échangés en 2013 sur le réseau Mobilis (ATM) uniquement sachant bien sûr que deux autres opérateurs de téléphonie mobile à savoir Djezzy (OTA) et Ooredoo (WTA) sont opérationnels sur le territoire algérien.

1.1. INTERNET

C'est un nouvel univers qui s'est mis en place aussi bien pour le secteur socio-économique que domestique (foyers) avec bien sûr un large développement de domaines, d'adresses électroniques (e-mails), de forums, de réseaux sociaux donnant naissance à une population d'internautes inscrite via Facebook, YouTube, Twitter inaugurant ainsi au plan de l'information notamment l'ère du «buzz».

Ce développement d'utilisateurs d'internet reste limité en Algérie. Il est évalué à un peu plus de 3 millions avec un taux de pénétration relativement faible (13.4%) contre une moyenne de 30% pour le Maroc et la Tunisie.

1.2. FACEBOOK

Malgré l'accès limité au haut débit fixe et mobile, les derniers chiffres classent l'Algérie à la 41 place avec 4.3 millions d'utilisateurs. 90% environ des utilisateurs ont moins de 35 ans dont 67% sont des hommes et 33% des femmes (BENELKADI, 2013, p. 28).

1.3. TÉLÉPHONIE MOBILE

Sachant que le téléphone mobile offre plusieurs fonctions réunies pour la bonne cause de l'information et notamment depuis l'introduction, au début de l'année 2014 de la 3G, il nous semble utile de signaler que la population algérienne qui compte aujourd'hui plus de 38 millions d'habitants compte aussi autant d'abonnés répartis entre les trois opérateurs de téléphonie mobile à savoir: Mobilis (ATM), Djezzy (OTA) et Ooredoo (WTA).

1.4. MEDIAS ÉLECTRONIQUES: «KIOSQUES ÉLECTRONIQUES»

«Pour la presse algérienne, plus de 340 titres sont recensés. La majorité de ces publications ont une visibilité sur le Net qui sert aussi de support à plusieurs journaux exclusivement électroniques [...]» (HAMMADI, 2014, p. 7).

Pour mémoire nous pouvons citer: TSA (Tout sur l'Algérie), DNA (Dernières nouvelles d'Algérie, El-Watan, Liberté, Algérie 1, Kalima Dz, El-Khabar, Echourouk etc...

Dans ce cadre il est aussi intéressant de signaler le lancement en mai 2014 de journaux d'information gratuits à l'exemple de celui d'Al-Huffington Post Algérie, journal d'information gratuit d'origine américaine, journal formé d'une équipe de jeunes déjà connectés. L'édition algérienne qui compte atteindre en 2015 plus de 80 000 visites par jour apparaît comme la plateforme au Maghreb. Signalons qu'à travers sa plateforme Al-Huffington totalise pour l'ensemble de ses éditions à travers le monde, 90 millions de visiteurs uniques par mois.

1.5. SKYPE

L'autre révolution dans les échanges d'information et de communication: Skype . Instrument gratuit, permettant de passer des appels téléphoniques via internet. Ce logiciel a rétréci le monde d'une manière que peu de gens avaient pu le prédire. Il permet de partager un même espace, celui de la Toile «tissée» d'une part, et offre le système visioconférence d'autre part; son développement à travers le pays nous inscrit dans «une vision globale locale».

1.6. RADIOS-WEB OU WEB-RADIOS

C'est une radio qui ressemble à n'importe quelle radio sauf que pour l'écouter il faut aller sur le site internet. Elles ne sont pas encore nombreuses en Algérie suite aux difficultés de mise en place du réseau Internet et à la mauvaise qualité de la bande passante. Pour mémoire nous pouvons citer deux web radios publiques et une privée à savoir: JilFM web radio et JilFM web music lancées toutes les deux en mai 2014 ainsi que pour le privé Madeejayz.com créée en 2006.

1.7. RÉSEAUX SOCIAUX: FACEBOOK, TWITTER, YOUTUBE ETC...

La Toile a chamboulé presque tous les usages médiatiques, l'information n'est plus le monopole des professionnels, elle est partagée à travers les réseaux sociaux. Les sites d'information et les medias publics et/ou privés n'ont plus l'exclusivité de l'information, ils doivent composer avec les réseaux sociaux.

Souvent des films sont réalisés et diffusés dans ce cadre par des vidéastes notamment pour des informations «dérangeantes» et non destinées à une diffusion publique. Ce genre d'information introduit et circulant sur la Toile est impossible à arrêter, voire même à freiner. Ainsi ce niveau de production et de circulation de l'information pose un des problèmes fondamentaux de l'information à savoir sa vérification avant sa diffusion auprès d'un large public.

Blogosphère-Blogueur sur Facebook: On peut exprimer son opinion personnelle. Sites de journalisme dit: «Citoyen».

1.7.1. WI FI: LeWi-Fi (Wireless Fidelity) est un ensemble de protocoles de communication fil. Un réseau Wi-Fi permet de relier sans fil plusieurs appareils informatiques (ordinateur, routeur, décodeur Internet, etc...) au sein d'un réseau informatique afin de permettre la transmission de données entre eux.

1.7.2. DIGITAL: Le terme «digital», appliqué à un ordinateur, est attesté en anglais depuis 1945. Digital est en anglais spécifique au traitement informatique, sans l'ambiguïté que numérique a en français entre son usage mathématique et statistique et son application aux ordinateurs.

1.8. NAISSANCE D'UNE LANGUE HYBRIDE-PHONÉTIQUE

L'utilisation des nouvelles technologies de la communication a donné naissance à une nouvelle langue multimédia dans le sillage notamment d'Internet et du téléphone mobile. Cette nouvelle forme d'expression linguistique essentiellement phonétique et hybride est qualifiée de «cyberlougha» par le sociologue Hadj Miliani de l'université de Mostaganem/CRASC sachant bien entendu que le terme 'lougha' لُغَا en arabe est l'équivalent du mot langue en français à la différence ici qu'il est rédigé, dans le corps du message, en caractères latins et non arabes.

Expl: «Ta3raf la cyberlougha?»
«Connais- tu la cyberlangue?»

Cette façon de rédiger est pour les pays du Maghreb notamment la combinaison de plusieurs langues (arabe, tamazight, français et de plus en plus anglais) pour la rédaction en caractère latins des mots issus de la langue arabe.

«Si je ne connais pas le terme en français, je l'écris en arabe en caractère latin». Ainsi le verbe «envoyer» en arabe et en caractère latin s'écrit «aba3tli». C'est « une adaptation des normes d'écriture aux nouveaux supports technologiques» (Khaoula TALEB-EL-IBRAHIMI, 2014, In: *El Watan Arts et Lettres*, p. 11).

2. REFORMES POLITIQUES

S'agissant des reformes politiques, il y a lieu de noter que celles entreprises dans les années 1990 ont donné naissance au pluripartisme et à une presse privée. Cette ouverture politique et médiatique du début des années 1990 s'est estompée notamment avec la «décennie noire» (1990-2000), terrorisme et état d'urgence, instabilité... Avec ce qui a été qualifié par les médias de «Printemps arabe» et qui a touché un certain nombre de pays arabes (Tunisie, Egypte, Libye, Syrie, Yémen, Bahreïn), l'Algérie a entamé au courant de l'année 2011 (Discours à la Nation du 15/04/2011 du Président Abdelaziz BOUTEFLIKA) un programme de réformes politiques visant à approfondir le processus démocratique par la révision de la loi fondamentale du pays à savoir la Constitution (amendements), la mise en place d'un nouveau dispositif législatif et réglementaire ainsi que la révision de l'ensemble de l'arsenal législatif sur lequel reposent les règles de l'exercice démocratique et le libre choix des citoyens. Dans cette optique nous pouvons citer pour mémoire la promulgation des lois suivantes:

- Loi électorale.
- Loi sur les partis politiques.
- Loi organique sur les cas d'incompatibilité avec le mandat parlementaire (Loi n°12-02 du 12/01/2012 fixant les cas d'incompatibilité avec le mandat parlementaire dont l'objectif est de limiter les interactions entre les assemblées élues et les milieux financiers.
- Loi organique relative à la représentation des femmes au sein des assemblées élues.
- Loi régissant l'activité des associations.
- Loi organique n° 12-05 du 12 janvier 2012 relative à l'information.
- Code de la Wilaya.
- Loi n° 14-04 du 24 février 2014 relative à l'activité audiovisuelle (création de chaînes thématiques spécialisées et ouvertes à toutes les opinions dans leur diversité).

Ces premières réformes ont été suivies par de nouvelles consultations (juin et juillet 2014) qui ont vu la participation de responsables de partis politiques, de personnalités nationales, de spécialistes et de compétences universitaires ainsi que de représentants d'organisations nationales et ce, en vue d'approfondir le processus de réformes politiques déjà engagé en 2011.

3. ETAT DES LIEUX: FORMATION EN JOURNALISME, SCIENCES DE L' INFORMATION ET COMMUNICATION EN ALGERIE.

Aujourd'hui la formation en journalisme, sciences de l'information et de la communication est dispensée dans plus d'une vingtaine d'établissements universitaires (Universités, Centres universitaires, Ecole) relevant tous du secteur de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique pour plus de 25 000 étudiants dont environ 60% sont de sexe féminin et plus de 500 post-graduant (Magister-Doctorat).

Cette formation relève aujourd'hui dans sa presque totalité du système LMD instauré en 2007/2008, l'ancien système de formation de la licence classique (4 années d'études) est pratiquement éteint.

La licence du système LMD se décline en un tronc communs (T.C) de deux années suivi d'une année de spécialisation ouverte dans trois spécialités à savoir: Radio et télévision, Sondage et mesure d'audience et enfin Communication institutionnelle.

Cette formation universitaire a pour objectif des enseignements théoriques scientifiques, pluridisciplinaires ouverts sur la recherche. Cette formation théorique n'exclut cependant nullement l'aspect pratique et opérationnel spécifique à la profession de journaliste.

Ainsi le programme de formation en matière de journalisme, des sciences de l'information et de la communication repose sur plusieurs axes à savoir:

- Culture générale: c'est-à-dire une solide connaissance des domaines des sciences sociales et humaines (Droit, Economie, Sciences politiques, Sociologie, Histoire etc...),
- Sciences de l'information et de la communication: une connaissance du fonctionnement du processus d'information et de communication, c'est-à-dire ce qui retient en particulier l'attention du public, ce qui emporte sa conviction, ce que sont enfin les responsabilités des médias à l'égard de la société.

- Enseignements des techniques particulières du journalisme et des médias: cet axe englobe tout ce qui est relatif à la rédaction journalistique, à la collecte de l'information, à la production de contenus informationnels destinés aux médias et au public, à la mise en page et à la manipulation et au maniement des équipements et des instruments techniques.
- Enseignements des langues: il s'agit en premier de la maîtrise de la langue maternelle ou de la langue avec laquelle le journaliste communique avec son public conforté par la connaissance d'une ou de plusieurs autres langues étrangères.

4. QUELS CHANGEMENTS A INTRODUIRE DANS LA FORMATION AUX METIERS DE JOURNALISTES ET DE COMMUNICATEURS?

Il est clair que le secteur du journalisme, de l'information et de la communication est en pleine évolution notamment par l'introduction et le développement du numérique. Des changements et /ou adaptations se sont imposés à tout le secteur où il s'agit aujourd'hui de développer de plus en plus de compétences pour l'utilisation et la liaison entre le numérique et le papier.

L'adaptation et le changement touchent aussi à la base tout le système de formation en journalisme (presse écrite, radio, télévision, multimédia et nouveaux médias) qui doit intégrer l'ensemble de ces évolutions technologiques d'une part, et introduire de nouveaux profils fondés essentiellement sur les nouvelles compétences ou compétences spécifiques ayant un lien direct avec le développement du numérique d'autre part.

Aujourd'hui il se trouve qu'un pan entier du journalisme est né à travers le «Web journalisme» auquel il faut --- nécessité oblige--- dédier des formations fondées sur les nouvelles pratiques informationnelles.

Ces nouvelles formes de production journalistique soulèvent néanmoins plusieurs questionnements et sont toujours objet de débats, de polémiques et de controverses aussi bien au sein de la famille journalistique que dans les lieux de fonction car il s'agit d'introduction de nouvelles compétences (expérimentation, validation etc...) nécessaires à l'évolution de la profession de journaliste et de communicateur.

Dans cette perspective la formation actuelle en journalisme, sciences de l'information et communication gagnerait à être étoffée par l'introduction d'un certain nombre de matières ou modules d'enseignements pour les quatre axes du programme de

formation en cours et ce afin de s'adapter rapidement à la réalité de l'évolution des technologies de l'information et de la communication et des nouvelles pratiques journalistiques induites par le métier de journaliste.

Ainsi pour l'axe relatif à la culture générale il nous paraît opportun de prendre en charge, par le biais de séminaires ou de cours tous les aspects liés à l'actualité politique, économique, sociale et culturelle ainsi que les problèmes ayant trait à l'environnement.

Pour le second axe c'est-à-dire l'enseignement des sciences de l'information et de la communication, il nous paraît essentiel d'orienter un certain nombre de séminaires vers les questions ayant un lien direct avec les Droits d'auteur et la propriété intellectuelle ainsi que les conseils d'éthique et conseils de presse. Un certain nombre de séances doivent être consacrées en priorité à la connaissance de l'ensemble des termes, expressions etc... nés de l'évolution des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

S'agissant du troisième axe, c'est-à-dire l'enseignement des techniques particulières du journalisme, il nous semble utile de consacrer un certain nombre de modules aux conséquences de l'évolution des TICs sur le métier de journaliste à l'exemple de la presse électronique, d'Internet, des web radio, des reportages télévisés etc... .

Enfin pour le quatrième axe c'est-à-dire l'enseignement des langues étrangères, il serait judicieux d'élargir le spectre par l'introduction de langues étrangères comme l'Espagnol, le Chinois et ne pas se cantonner, aux seules langues étrangères traditionnellement enseignées dans notre système éducatif à savoir le Français et l'Anglais.

Intégration intelligente des Tics pour l'exercice de la profession, renouvellement, adaptation et actualisation permanente en matière de programmes d'enseignement et de formation nous semblent être les clés principales pour l'exercice de la profession de journaliste et de communicateur dans le cadre de la société de l'information qui caractérise le début du 21^{ème} siècle.

REFERENCES

BENELKADI, K. (2013). L'entreprise et les réseaux sociaux. Plus de 4 millions d'Algériens utilisent facebook . In *El Watan*, 30/12/2013.

HAMMADI, S. (2014). Etat des lieux après 25 ans d'ouverture: Presse écrite: des acquis et des ratages. In *Liberté*, 19/06/2014.

A.F. (2014). Linguistique: Un colloque passionnant en décembre: Ta3raf la cyberlougha? In: *El Watan Arts et Lettres*, 12/04/2014.

WALID BOUCHAKOUR. (2014). Perspectives: Colloque sur la cyberlougha à Mostaganem. C koi 7 langue? In: *El Watan Arts et Lettres*, 13/12/2014.